

# 靠什么留住游客的心

张雪

刚刚过去的中秋国庆黄金周，旅游市场“热度超标”。这几天，各地都在复盘黄金周里的表现：北京共接待游客1187.9万人次，其中外省来京旅游人数达503.6万人次，同比增长167.5%；有亚运盛会加持的浙江表示，全省接待游客总量、日均接待人次、旅游收入总额等主要指标均创历史同期新高；拥有大熊猫、九寨沟、三星堆的四川，知名景区持续火爆，全省16家5A级旅游景区累计接待游客数量和门票收入同比分别增长523.14%和776.55%……

为了聚拢人气，各地除了发放各类“硬核”优惠等措施，今年还用上了各种暖心的“小手段”。比如，有的地方宣布开放政府食堂，向游客提供特色简餐，政府机关和事业单位的内部停车场也向游客敞开大门；有的景区在公共等候区域免费播放露天电影，并发放方便面、月饼、热姜茶、雨衣等暖心物资……人们都说，现在流行“宠游客”。

对于任何一个城市来说，游客来了，能不能玩得好，都是一种考验。特别是黄金周这样的长假，因为客流激增，吃饭、停车、逛景区都少不排队，此时如果能够为游客提供一些力所能及的“宠爱”之举，或许就能驱散他们的焦虑，缓解他们的疲劳。“宠游客”的方式花样百出，但本质是在做同一

件事，那就是拿出东道主的姿态热情待客，强化服务保障、优化消费体验，让游客感受到被尊重、被厚待，在他们心里留下美好印象。被温暖打动过的游客，自然会成为当地旅游形象的宣传者。任何漂亮的文案都抵不过游客口口相传的称赞，正因如此，“宠游客”越来越流行，这背后体现着各地对发展旅游、拉动消费的重视和期待。

“宠游客”可以是繁忙假期的应急之举，更应体现在平时的每一天。不断完善城市的基础设施和公共服务体系，建设更加透明、健康、现代化的商业环境，是“宠游客”；解决好热门目的地、热点景区和文博场馆的预约难、入园难、停车难，以及乡村旅游点的如厕难等现实问题，是“宠游客”；认真对待游客的集体“吐槽”，比如有的景区为了增加二次收入，大门越修越远、商业街越修越长、摆渡车越换越乱，把诸如这些游览中的不便化解掉，真正做到“游客有所盼，我必有所应”，也是“宠游客”。

游客的需求看似纷繁复杂，其实很简单——在珍贵的假期出门走走，无非想玩得开心、顺心、不闹心。站在游客的角度多想一步，让他们的出游体验更顺畅。事实一再证明，谁对游客好，游客就会说谁好，谁“宠游客”，市场也一定会宠爱谁。

# 诚意待游人

## 长假盘点之热门旅游景区



西安

## 秦陵宝藏展新容

本报记者 杨开新

中秋国庆长假期间，位于陕西省西安市临潼区的秦始皇帝陵博物院人流如织。游客们纷至沓来，感受深厚的文化底蕴。

“为了让游客获得较好的参观游览体验，我们合理实施分时段预约、限流、错峰等机制，提高票务管理的精细化手段。通过提前10天预售假期门票、每日退票及时动态回池等方式，有效提高门票使用率。”秦始皇帝陵博物院公众服务部副主任师时光说，该院长假期间共接待观众42.6万余人，虽然热度居高不下但参观秩序平稳。

由秦始皇帝陵博物院打造的新系列“我是一个兵——秦陵宝藏系列展”，让“兵马俑”在观众心中变得“有血有肉”，让不少参观者感受到“沉默”的文物“活”了起来。来自上海的游客王娜说，兵马俑千人千面、工艺精湛，每尊秦俑的装束和神态都独具特点，自己一进入展厅就深受震撼。

秦始皇帝陵博物院开展了多项便民、惠民活动，除每天提供2场免费公益讲解外，还开展了“花灯邀明月 博物馆里过中秋”“拳拳爱国心 殷殷报国情”“提笔绘长河 长卷迎国庆”等公益文化体验活动。

临潼区是中华优秀历史文化的富集地，也是全

国首批国家全域旅游示范区，拥有不可移动文物点487处、世界文化遗产1处、全国重点文物保护单位6处、国家一级文物1000余件。其中，秦始皇帝陵博物院与华清宫最为驰名，节日期间临潼区在两大景点之间组织了30余辆公交车“一站式”双向循环摆渡，让大流量客流能够迅速转场。

挖掘文物的时代价值，让文物“活”起来，是临潼区近年来一直探索和努力的方向。为此，该区不断加快布局“旅游+演艺文化”新业态，将旅游与演艺文化深度融合。一批精品文化演艺的口碑颇高，持续给游客带来惊喜。节日期间，舞剧《长恨歌》共演出31场，观演人数近9万人次。

临潼区委宣传部副部长何君曼表示，临潼区加大文旅融合业态创新，活化利用优质文化资源，发布了“支持文化演艺发展”“加快智慧旅游建设”等方面的优惠政策，还推出了《飞越大秦》《再见·秦皇礼书》《大秦帝国铁鹰锐士》等文化旅游新产品，全面提升旅游的多样性和便利性。

“为深度挖掘顶级旅游资源富矿，我们努力实现文旅融合规模、品质双提升，让游客和市民在沉浸式体验中感受文旅魅力。”临潼区副区长张超说。

## 流光溢彩黄鹤楼

本报记者 柳洁

“今人不识古时月，今月曾经照古人。”从夜赏黄鹤楼“最佳机位”放眼望去，灰瓦朱墙之上，写着李白《把酒问月》千古名句的灯光装置流光溢彩，与远处蛇山之上、灯火璀璨的黄鹤楼交相辉映。现代科技与传统文化碰撞而产生的奇景引得游人纷纷驻足、留影。

“黄鹤楼中吹玉笛，江城五月落梅花”，武汉有“江城”美名，慕名而来，仿佛穿越千年。点亮华灯的黄鹤楼畔，来自西安的游客申颖对记者说，光影秀让古今文化巧妙融合，“天下江山第一楼”名不虚传。

今年“双节”假期，近4万游客前来体验了“夜上黄鹤楼”项目，与去年相比接待人数增长230%，收入增长394%，创下了历史新高。“夜上黄鹤楼”项目负责人刘茜茜说。

去哪儿数据显示，中秋国庆假期，“90后”最爱去的城市中，武汉排在首位。黄鹤楼、粮道街、武昌火车站等商圈成为武汉热门商圈。

作为文化和旅游部第一批全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点项目，“夜上黄鹤楼”以黄鹤楼公园为载体，选取园内8处景点，通过“光影+演艺”的方式，让游客在徐徐展开的光影画卷中走入千年历史。

中秋国庆假期，共计30万游客畅游黄鹤楼。10月1日和2日，黄鹤楼公园连续发布停止售票公

告。武汉地铁5号线司门口黄鹤楼站C出口旁的红墙成了不少年轻游客相机里的“宠儿”，日均客流量超过10万人次。

从浙江来的大学生刘婷婷和同伴拿着黄鹤楼文创产品和古风扇子，互相拍照。“进不去黄鹤楼，在这里打卡拍照一样的，角度很独特。”刘婷婷说。

为了让爱美的年轻游客们能美美拍照，武汉地铁与当地社区居委会共同设立了共享化妆间，配有座椅、LED化妆镜，还放置了发卡、皮筋等化妆必需品，希望前来打卡的游客能够有更好的旅游体验。

地铁站旁原本的居民区临街商铺也被改造成展示和销售武汉文旅手信的窗口。曾在此经营理发店生意的商户王胜告诉记者，他发现游客们喜欢从中华路码头、户部巷骑共享单车来“红墙”打卡，年初生意就转成卖黄鹤楼文创冰棒了，生意好得不得了。

今年中秋国庆假期，湖北A级景区接待游客1745.48万人次，较2022年同比增长109.4%。湖北省文化和旅游厅党组书记、厅长李述永介绍，“双节”期间湖北全省共举办主题活动3000余项，武汉发放3000万元文旅消费券，覆盖武汉市450余家文旅商户，比如让大学新生可免费游览武汉七大经典景区。

## 人潮涌动橘子洲

本报记者 谢瑶

“坐标长沙，哪里最‘热’？”“橘子洲！”

中秋国庆假期，长沙文旅热度再攀新高。湖南省文化旅游统计监测系统显示，长沙列入统计范围的27个景区8天累计接待游客263.21万人次，累计营收8050.52万元。其中，一首《沁园春·长沙》闻名全国的橘子洲景区仅8天共接待游客65.95万人次，同比增长141.98%，成为长沙最火景区，热度名列全国第三。

想要认识长沙，从登上橘子洲开始。坐落于湘江江心，橘子洲延伸数十里，被誉为“中国第一洲”。1925年，青年毛泽东在这里挥笔写就的《沁园春·长沙》，为这片绿洲刻上红色印记，注入红色基因。

今年以来，橘子洲持续刷新客流高峰，客流量累计超1445.25万人次。为什么这么火？橘子洲景区新闻发言人冯叶介绍，橘子洲以红色文化为本色和精华，全面推进文旅深度融合，通过打造新业态，搭建新场景，推出新玩法，开发沉浸式的红色旅行体验，以一种更时尚、更青春的方式来呈现红色主题，从而吸引更多游客慕名而来。

“洲上自然风光好，特别是坐上小火车看两岸风光，别有一番风味。”来自广西柳州的游客贺汀开发了自己的“游洲小攻略”：傍晚登上橘子洲，既能看见夕阳下的长沙城与岳麓山，也能在1个多小时后欣赏两岸的灯光秀，这是长沙城的颜值担当！“双节”期间，橘子洲日均接待游客8万余人，橘子洲头毛泽东青年艺术雕塑前人流如织，无数游客来这里追寻

革命足迹，探寻5A级景区的新玩法。

在毛泽东青年艺术雕塑前“花式合影”是当代年轻人的必备动作；走进最美书店“乐之书店”，邂逅秋日书香也成为“网红长沙”的新潮打卡方式，站上问天台感受“问苍茫大地，谁主沉浮”这一历史问天的豪情成为青年学生的固定行程；走进长沙非物质文化遗产展示馆解锁非遗新玩法是外地游客最爱的“度假新模式”……在橘子洲，流连红色旅游的游客已完成从“观景”到“入景”的转变，可参与、可互动的沉浸式体验成为橘子洲旅游的火爆“新密码”。

“大家好，我叫蔡和森，湖南湘潭人，欢迎各位一起去我家讨论学问。”这是假期中每天在橘子洲上演的一幕，演员邀请观众一起入戏，与百年前的新青年展开“时空对话”。

《恰同学少年》是橘子洲景区打造的国内首个红色多维沉浸式青春剧场。自5月19日公演以来，累计接待量已突破3万人次，上座率达到100%。《恰同学少年》不仅丰富了橘子洲景区的文化体验，更是对城市精神的一次创新性表达。”冯叶说，今年以来，景区将重点放在“沉浸式文旅”体验产品上，增加了一些新的互动内容，让游客身临其境触摸百年历史中的风景，让文化“听得见、看得见、可触摸”。



成都

## 拜水问道都江堰

本报记者 刘畅

“拜水都江堰，问道青城山。”中秋国庆假期，青城山—都江堰景区“霸榜”四川最热门旅游目的地排行前列。

假期备受游客好评的沉浸式消费场景是“都江堰花月夜”系列活动，通过紧扣“到成都的街头走一走”这个主题，在青城山—都江堰景区开展了青城武术非遗秀、青城山幽西游、做月饼、印兔灯等活动。

景区以“万气象 花好月圆”为主题，“古风+国潮”为基调，开展了丰富多彩的系列主题活动，让游客在感受“拜水问道”之旅的同时深度体验了魅力十足的蜀风雅韵。8天假期，景区接待游客59.96万人次，门票收入3436.58万元，按可比口径同比分别增长333.62%、398.21%。

都江堰和青城山两个景区相距十余公里，同属世界级文化主题，具有极高的知名度，是游客来到都江堰市必“打卡”的两个景点。青城山是中国六大道教名山之一，是国家5A级风景名胜，以险峻的山峰、清澈的溪水和古老的道教文化而闻名于世。都江堰景区涵盖了流芳千古的都江堰水利工

程，这里向世界展示着科学治水、永续用水、共同护水的华夏智慧。

中秋国庆假期，游客可以在《西游记》取景地，青城山五洞天景观拍照“打卡”，还能领取景区专属变色印章明信片。和孙悟空逗趣，和习武之人比划，种种活动让游客直呼过瘾。都江堰景区开展了“清溪雅集”“花蕊文化进景区”等沉浸式古风活动，不仅为游客们安排了古筝、琵琶等乐器表演，还邀请大家用各色花蕊或制作香囊，或拓香作画，让美景与文雅无缝融合。

都江堰市文化体育和旅游局局长曾岷说：“为全面提升中秋国庆假期旅游服务品质，都江堰市设置了29个旅游服务点位，累计出动志愿者4000余人次，服务游客市民30余万人次。”

10月6日，都江堰景区迎来今年第600万名游客，2023年也成为景区突破600万游客大关用时最短的一年。“感谢来自世界各地的600万份支持与信任，我们将持续对标‘世界遗产山水文旅新城’建设这一目标，聚焦都江堰世界旅游目的地建设，不断提升沉浸式体验式互动式供给和消费，推动文旅产业高质量发展。”曾岷说。



广州

## 长隆乐享亲子游

本报记者 张建军

这个假期，广州长隆野生动物世界成了许多亲子家庭出游的选择。10月5日，长隆野生动物世界里迎来大批带着孩子亲近野生动物的家庭，大熊猫“三点下午茶”、亚洲象聚在一起躺泥坑玩泥水澡、考拉憨态卖萌……每一处动物观赏区都充满了孩子们的欢声笑语。

“长隆度假区所属主题公园和酒店预订量总体均超2019年同期水平，丰富多彩的旅游文化产品供给，吸引了大批省内外游客造访。”广

州长隆度假区总经理郑志彬表示，针对家庭游、亲子游等假期主旋律，长隆野生动物世界专门举办了超级猴猴节，让小朋友们在游玩中增长知识。另外，叠加当下的“熊猫热”，育有14只大熊猫的动物世界也吸引了一大批游客前来游玩。

中秋国庆假期，广州文旅市场活力迸发，人气火爆。记者从广州市文化广电旅游局了解到，中秋国庆长假期间，广州接待游客近1759万人次，同比增长超过105%；实现文旅消费总额超131亿元，同比增长112%。马蜂窝旅游大数据显示，长隆野生动物世界、沙面岛、陈家祠、广州塔和白云山位列广州旅游景点排行榜前5位。景区欢声笑语，街巷人潮涌动，文旅市场展现出勃勃生机。

人潮涌动背后，非一日之功。节前，广州提前布局，印发了《“十一黄金周快乐到广州”广州文旅中秋国庆假日系列活动方案》，音乐节、演唱会、小剧场、沉浸式Citywalk、国庆电影等全面发力。

“演出市场的‘井喷式’爆发，带来了海量客流，也带动了城市文旅消费。针对重颜值、有格调的年轻游客，广州还为其打造更多元、更高层次的文旅消费新场景。”广州市文化广电旅游局总工程师李若岚说。



② 上海豫园



③ 重庆磁器口



⑤ 天津五大道



④ 北京环球度假区

图① 安徽省黄山市黟县境内的徽派建筑和山水、水稻田等在烟雨朦胧中相映成趣，呈现出中国传统山水画卷的美感。  
新华社记者 郭晨摄  
图② 中秋国庆假期，上海豫园商城内，游人如织。（资料图片）  
图③ 国庆期间，重庆磁器口古镇节日氛围浓厚。  
孙凯芳摄（中经视觉）  
图④ 游客在金秋假期中畅游北京环球度假区。（资料图片）  
图⑤ 国庆假期在天津市五大道景区民国广场举办的“津遇和平——天津味·东方韵”系列活动。  
付显摄（中经视觉）